

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Bagas Pamungkas, dan Siti Zuhroh. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi*, Vol. X No. 02: 145-160
- Ahmad, Nawaz. (2014). *Impact of Word of Mouth on Consumer Buying Decision*. *European Journal of Business and Management*, 6(31), 394–404.
- Arifin, Zainal. (2014). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Babin, J. Barry, Yong-Ki Lee, Eun-Ju Kim dan Mitch Griffin. (2005). *Modeling Consumer Satisfaction and Word-Of-Mouth: Restaurant Patronage In Korea*. *Journal Services Marketing*, (ISSN 0887-6045).
- Bansal, H. S., & Voyer, P. A. (2000). Word-of-Mouth Processes within a Services Purchase Decision Context. *Journal of Service Research*, 3(2), 166–177.
- Bohang, Kartini Fatimah. (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?. <https://tekno.kompas.com>. diakses pada 22 Februari 2018 pukul 16:45 wib.
- Chichilia, Selvany Lotulung, Joyce Lapihan, dan Silcyljeova Moniharapon. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan WOM (*Word Of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Evercross Pada CV.Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 3. No. 03 (ISSN 2303-11)
- Fakhrul, Muhammad dan Hanifa Yasin. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol. 14. No. 02 (ISSN 1693-7619).

- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Hair, J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Heryanto, Imam. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol. 9, No. 02 (ISSN 2443-2121)
- Kotler, P dan Amstrong, Gary. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan K.L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta: PT Prehalindo.
- Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pagaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–7

- Mandey, Jilly Bernadette. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No.4, ISSN 2303-1774
- Oktavianto, Yuda. (2013). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 3, No. 1.
- Payne, Adrian. (2000). *The Essence of Services Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran Edisi Kesembilan Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Prasetyo, Antoni, dan Aniek Wahyuati. (2016). Pengaruh Strategi Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 05 ,No. 1
- Respatya, Chardika dan Wahyu Hidayat. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Handphone* Merek Iphone Kota Semarang. *Journal Of Social and Politic Diponegoro*.
- Sangdji, M.E dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Sari, Fanny Puspita dan Tri Yuniati. ( 2016). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 05, No. 06 (ISSN: 2461-0539)
- Sernovitz. (2009). *Word Of Mouth Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis Jilid kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.

- Silverman, George. (2001). *The Secrets of Word-of-Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales through Runaway Word-of-Mouth*. US: AmaCom.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumarwan, U. (2008). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Suryonaningsih, Emi, Patricia Dhiana Paramita, dan Leonardo Budi Hasiholan. (2016). Effect Of Price and Image Brand On Consumer Satisfaction With Buying Decision As Intervening. *Jurnal of Management*, Vol 2, No. 2
- Silverman. (2009). *Strategi Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Strauss, J., El-Ansary, A., & Frost, R. (2003). *E-marketing International 3rd Edition*. New Jersey : Upper Saddle River.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.

